

**FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM
MEMILIH PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA JURUSAN PENDIDIKAN
EKONOMI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA**

Danial Miqdad

Program Studi S1 Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas
Negeri Surabaya, E-mail : danialmiqdad@mhs.unesa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih Program Studi Pendidikan Tata Niaga. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan *proportional random sampling*, dengan sampel yang digunakan 173. Instrumen penelitian ini menggunakan angket dengan jumlah soal 37 item dengan menggunakan 4 skala linkert. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial faktor internal (X_1) berpengaruh sebesar 8,099 sedangkan faktor eksternal (X_2) berpengaruh sebesar 6,577 terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Program Studi Pendidikan Tata Niaga. Sedangkan secara simultan sebesar 252,400 dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,865 yang berarti bahwa faktor internal dan faktor eksternal terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Program Studi Pendidikan Tata Niaga berpengaruh sebesar 74,5% dan sisanya sebesar 25,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Faktor Internal, Faktor Eksternal, Keputusan mahasiswa

Abstract

This research has a purpose to know the factors that influence student's decision in choosing Commerce Education program study. The type of research used is descriptive quantitative. The sampling technique used is proportional random sampling, with the sample used 173. This research instrument uses a questionnaire with the 37 items of questions using 4 scale of linkert scale. This research uses multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that partially internal factor (X_1) has an effect of 8,099 while external factor (X_2) has an effect of 6,577 to student's decisions in choosing Commerce Education program study. Besides, simultaneously equal to 252,400 with coefficient of determination (R^2) equal to 0,865 which means that internal factor and external factor to student's decisions in choosing Commerce Education program study have effect equal to 74,5% and rest 25,5% influenced by other variable which not investigated in this study.

Keywords: Internal Factors, External Factors, Student's Decisions

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman membuat manusia menyadari bahwa pendidikan merupakan suatu komponen penting dalam meraih cita-cita. Sebagian orang bahkan rela untuk mengeluarkan uangnya demi meneruskan pendidikannya ke

jenjang kuliah. Banyak orang meyakini jika semakin tinggi pendidikan makna ia akan lebih mudah untuk menggapai impiannya kedepan. Dari jenjang SMA/SMK seorang calon mahasiswa akan sulit untuk menetapkan pilihan perguruan tinggi mana

yang sesuai dengan keinginan dan harapannya.

Semakin banyak tawaran program studi baru yang sesuai dengan perkembangan zaman dan dirasa kompeten sesuai dengan apa yang diharapkan, hal tersebut dapat mempengaruhi mahasiswa dalam menentukan keputusan. Sumarwan (2003:9) menjelaskan jika pengambilan suatu keputusan yang dilakukan oleh seseorang berdasarkan beberapa pilihan baik terhadap tindakan maupun proses pada saat membeli dan hal tersebut juga memperhitungkan faktor-faktor lain disebut dengan keputusan pembelian.

Perilaku konsumen merupakan suatu perilaku yang dilakukan seseorang untuk memperoleh barang maupun jasa dalam pengambilan keputusan Swastha dan Handoko (2010:9). Adapun faktor yang mempengaruhi dalam pengambilan keputusan menurut Setiadi (2010:11) terhadap perilaku seorang pembeli ialah faktor internal dan faktor eksternal.

Motivasi, proses belajar, sikap serta persepsi merupakan kelompok dari faktor internal. Adapun faktor eksternalnya ialah keluarga, citra lembaga, budaya, kelompok referensi, dan bauran pemasaran. Bauran pemasaran merupakan alat untuk meningkatkan keunggulan bersaing. Lupiyoadi (2004:58) memaparkan bahwa bauran pemasaran adalah alat bagi pemasar dalam penerapan strategi pemasaran maupun *positioning* dapat diterapkan dengan benar.

Ada 4 bauran tradisional yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap barang maupun jasa meliputi 4P yakni, produk, harga, tempat, serta promosi (Hurriyati, 2005:58). Bauran pemasaran diperlukan dalam melaksanakan pemasaran jasa yang lebih luas agar unsur unsur tradisional beserta bukti fisik, proses, dan orang berjalan dengan baik.

Pada penelitian Wan Suryani dan Paham Ginting (2013) mengemukakan bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih fakultas meliputi faktor

internal dan faktor eksternal. Sedangkan Mulyatini, dkk (2013) pada penelitiannya juga memaparkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan untuk menentukan prodi yakni faktor kesatuan kemudian faktor yang terdiri atas variabel ketersediaan fakultas mahasiswa, kesesuaian alumni, teman, masalah positif dan pekerjaan. Adapun faktor biaya kuliah, faktor persepsi dan terakhir faktor promosi.

Dari penjelasan tersebut Universitas Negeri Surabaya (UNESA) khususnya pada program studi Pendidikan Tata Niaga selain sebagai pencetak guru yang kompeten dan handal. Adapun alasan lain, pertama prodi PTN terdapat pada perguruan tinggi negeri, alasan berikutnya yakni terdapat besarnya kemungkinan untuk menjadi seorang guru pemasaran. Alasan ketiga lulusannya tidak hanya dirancang untuk menjadi seorang guru melainkan dapat menjadi seorang wirausaha.

Berdasar pada uraian diatas maka, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Program Studi Pendidikan Tata Niaga Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya”**.

KAJIAN PUSTAKA

Perilaku Konsumen

Pemasaran memiliki tujuan untuk mengetahui cara dalam memuaskan serta melayani kebutuhan konsumen. Pemasar memerlukan ilmu mengenai perilaku konsumen dalam menggunakan maupun memilih suatu produk maupun jasa yang mereka inginkan.

Perilaku konsumen merupakan jantung pemasaran yang telah mereka buat (Lovelock dkk, 2011:41). Karena setiap pemasar harus memahami kepuasan mereka setelah mereka menggunakan maupun mengonsumsi jasa yang telah mereka rasakan.

Faktor Internal

- 1) Motivasi
Dorongan yang berasal dari dalam diri seseorang untuk bertindak untuk mencapai suatu tujuan.
- 2) Persepsi
Perbedaan sudut pandang setiap individu terhadap suatu objek yang diinginkan.
- 3) Belajar
Sebuah proses untuk mendapatkan pengetahuan serta pengalaman sehingga mampu mempengaruhi perubahan perilaku maupun sikap yang relatif tetap pada seorang individu.
- 4) Sikap
Ungkapan perasaan konsumen terhadap objek yang telah ia beli dan ia sukai.

Faktor Eksternal

- 1) Kelompok Referensi
Dua orang maupun lebih yang memiliki hubungan signifikan terhadap cara menilai suatu produk serta dapat memberikan tanggapan.
- 2) Keluarga
Sekumpulan orang yang berhubungan melalui perkawinan, adopsi, tinggal bersama atau memiliki hubungan darah.
- 3) Citra Lembaga
Gambaran terkait kesan maupun keyakinan yang dimiliki oleh seseorang terhadap sebuah objek dan objek itu merupakan sebuah organisasi.
- 4) Kebudayaan
Keseluruhan kepercayaan, nilai-nilai, serta kebiasaan yang telah dipelajari oleh masyarakat sebagai alat bantu dalam mengarahkan perilaku seorang konsumen.
- 5) Bauran Pemasaran Jasa
Suatu cara pemasar yang terdiri atas berbagai elemen meliputi program sukses dalam pemasar yang sebaiknya dipertimbangkan.
Dari adanya hal tersebut terdapat nilai-nilai pemasaran yang diuraikan seperti dibawah ini:

- a. Produk
Apa yang ditawarkan oleh penjual agar dapat memenuhi kebutuhan maupun keinginan konsumen.
- b. Harga
Unsur bauran pemasaran yang dapat memberikan pemasukan.
- c. Promosi
Cara untuk menentukan keberhasilan pemasaran.
- d. Tempat/Lokasi
Wadah yang dijadikan sebagai jalannya kegiatan
- e. Orang (Sumber Daya)
Pola pikir konsumen yang dipengaruhi oleh keseluruhan orang yang melakukan tindakan terhadap penyajian jasa.
Adapun elemen dari sumber daya yang terdiri atas 2 aspek yaitu:
 - 1) *Service People*
Sebagai penjual maupun pengadaan jasa.
 - 2) *Customer*
Presepsi yang ditimbulkan dari hubungan yang dilakukan para pelanggan mengenai jasa yang telah mereka dapatkan..
- a. Cara Kerja (Proses)
Alurjasa yang diberikan oleh orang yang memberikan jasa tanpa diketahui oleh konsumen.
- b. Bukti Fisik
Fasilitas atau sarana fisik yang terlihat seperti bangunan, perlengkapan, lapangan, tempat parkir, interior, serta eksterior.

Keputusan Pembelian

Keputusan yang dipengaruhi oleh konsumen dalam melakukan pengambilan keputusan terhadap 2 alternatif pilihan disebut dengan keputusan pembelian (Schiffman dan Kanuk, 2004:547).

Hipotesis

- H1 Faktor internal (Motivasi, Presepsi, Proses Belajar, dan Sikap) berpengaruh terhadap perilaku konsumen (mahasiswa) dalam mengambil keputusan untuk memilih Program Studi Pendidikan Tata Niaga
- H2 Faktor eksternal (Kelompok Referensi, Keluarga, Budaya, Citra Lembaga, Bauran Pemasaran Jasa (*Product, Price, Place, Promotion, People, Physical evidence, Process*)) berpengaruh terhadap perilaku konsumen (mahasiswa) dalam mengambil keputusan untuk memilih Program Studi Pendidikan Tata Niaga.
- H3 Faktor internal dan eksternal secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Program Studi Pendidikan Tata Niaga

METODE PENELITIAN

Faktor penting dalam menentukan berhasil tidaknya sebuah penelitian ialah metode penelitian. Dalam melaksanakan sebuah penelitian diperlukan sebuah metode tepat dan benar, setelah melakukan penelitian maka akan menghasilkan suatu jawaban yang kebenarannya mampu dipertanggung jawabkan secara ilmiah.

Penulis menggunakan metode kuantitatif pada penelitian ini. Dikatakan metode penelitian kuantitatif karena terdapat angka-angka pada data dan analisisnya menggunakan statistik (Sugiono, 2011:7). Terdapat dua variabel pada penelitian ini yakni variabel independen meliputi faktor internal dan faktor eksternal. Adapun keputusan mahasiswa merupakan variabel dependen dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

Uji Normalitas

Hasil perhitungan normalitas pada penelitian ini dijelaskan seperti berikut:

Tabel 1.1
Hasil Uji Normalitas

No	Nilai sig.	Taraf sig.	Keterangan
1	0,815	0,05	Data berdistribusi normal

Seperti yang tertera pada tabel diatas bahwa nilai *asympt sig* sebesar $0,815 > 0,05$ yang diperoleh kesimpulan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Adapun hasil dari perhitungan multikolinearitas seperti dibawah ini:

Tabel 1.2
Hasil Uji Multikolinieritas

Item	T	Tolerance	VIF	Keterangan
X1	-1,823	0.382	2.617	Tidak terjadi multilinearitas
X2	.844	0.382	2.617	Tidak terjadi multilinearitas

Nilai tolerance $0,382 > 0,10$ pada variabel faktor internal (X1) dan faktor eksternal (X2) pada tabel diatas memiliki arti jika antar variabel bebas tidak terdapat korelasi. Selain itu perhitungan VIF yang menunjukkan jika kedua variabel independen nilainya sebesar $2,617 < 10$ yang berarti bahwa antar variabel bebas tidak terjadi multikolinearitas pada model regresi.

Uji Linieritas

Diperlukan untuk mengetahui model terhadap spesifikasi yang terapkan telah benar.

Tabel 1.3
Hasil Uji Linieritas

No	T hitung	N	Hasil	Ket.
1	0,748	173	129,404	Linier

Disimpulkan jika jumlah n observasi sebanyak 173 memiliki nilai R^2 sebesar 0,748 dengan, besarnya nilai c^2 hitung yaitu $173 \times$

0,748 = 129,404 hal tersebut menunjukkan bahwa model yang benar ialah model linear.

Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dikatakan baik apabila data tidak terjadi heterokedastisitas.

Tabel 1.4
Hasil Uji Heterokedastisitas

No	Variabel	Nilai Sig.	Batas Sig.	Keterangan
1	Internal (X1)	0,07	0,05	Tidak terjadi heterokedastisitas
2	Eksternal (X2)	0,4	0,05	Tidak terjadi heterokedastisitas

Seluruh variabel dependen diatas nilai sig. $X1 = 0,070 > 0,05$ dan nilai sig. $X2 = 0,400 > 0,05$ diartikan bahwa dalam residual pada seliuruh variabel bebas terdapat kesamaan dalam maka dikatakan jika tidak terjadi heterokedasdisitas sehingga model regresi yang digunakan dinyatakan layak.

Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui pengaruh antar variabel yang digunakan maka digunakan analisis regresi linear berganda sebagai berikut :

Tabel 1.5
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

No	Variabel	B	T	Sig	Ket
1	Internal (X1)	0,165	8.099	.000	Terjadi persamaan Jumlah Regresi
2	Eksternal (X2)	0,065	6.577	.000	Terjadi persamaan Jumlah Regresi

Adapun persamaan regresi linier yang diperoleh seperti dibawah ini:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = keputusan pembelian

$\alpha = 1542$

$\beta_1 = 0,155$

$\beta_2 = 0,608$

X1 = faktor internal

X2 = faktor eksternal

ε = eror

$$Y = -0,713 + 0,165X_1 + 0,065 X_2 + \varepsilon$$

Dari persamaandiatas diketahui faktor internal dan faktor eksternal sebagai variabel independen pada penelitian inimemiliki pengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa:

- Adapun -0,713 sebagai nilai konstanta memiliki nilai negatif diartikan bahwa, apabila variabel faktor internal (X1) maupun faktor eksternal (X2) nilainya tidak berkurang/tetap, hal tersebut menyebabkan penurunan pada keputusan pembelian (Y).
- Adapun 0,165 sebagai nilai koefisien regresi pada variabel faktor internal (X1) diartikan jika variabel faktor internal (X1) setiap kenaikan satu satuan makasebesar 0,165 keputusan pembelian (Y) akan meningkat jika diasumsi variabel faktor eksternal (X2) bernilai tetap. Tetapi jikapada faktor internal (X1)terdapat kenaikan satu-satuan, maka sebesar 0,165keputusan mahasiswa memilih Program Studi Pendidikan Tata Niaga meningkat.
- Adapun 0,065 sebagai nilai koefisien regresi pada variabel faktor eksternal (X2) diartikan jika variabel faktor eksternal (X2) setiap kenaikan satu satuan makasebesar 0,065 keputusan pembelian (Y) akan meningkat jika diasumsi variabel faktor internal (X1) bernilai tetap. Tetapi jikapada faktor eksternal (X2)terdapat kenaikan satu-satuanmaka sebesar 0,065keputusan mahasiswa memilih Program Studi Pendidikan Tata Niaga meningkat.

Koefisien Determinasi (R^2)

Seperti yang tertera dibawah ini disajikan hasil koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 1.6
Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

No	Nilai R.	R. Square	Keterangan
1	0,865	0,748	Hubungan antar variable kuat

Seperti yang telah dijelaskan pada tabel angka yang tertera pada koefisien korelasi (R) yakni 0,865. Angka tersebut diartikan bahwa terdapat hubungan antara faktor internal dengan faktor eksternal yang sangat kuat terhadap keputusan mahasiswa.

Hasil Uji Hipotesis Uji t (parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

Tabel 1.7
Hasil Uji t (parsial)

Item	T	Taraf Sig	Keterangan
X1	.8099	0,05	Terjadi pengaruh pada keputusan mahasiswa
X2	.6577	0,05	Terjadi pengaruh pada keputusan mahasiswa

Berdasar tabel di atas terdapat penjelasan sebagai berikut :

- 1) Simpulan dari tabel tersebut yakni karena faktor internal menghasilkan thitung sebesar 8,099 dengan nilai signifikansi $0,000 > 0,05$ maka variabel faktor internal (X_1) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa.

- 2) Simpulan dari tabel tersebut yakni karena faktor eksternal menghasilkan thitung sebesar 6,577 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ variabel faktor eksternal (X_2) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa.

Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui antara n variabel terikat yang digunakan dalam model pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel bebas.

Tabel 1.8
Hasil Uji F (Simultan)

No	Nilai sig.	Taraf sig.	keterangan
1	0,000	0,05	Data berdistribusi normal

Dari gambar diatas diketahui bahwa F hitung dinyatakan bernilai 252,004 kemudian sebesar $0,000 < 0,05$ dinyatakan sebagai nilai signifikansi. Sehingga diartikan bahwa jika variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa.

Pembahasan

1. Hubungan Faktor Internal (X_1) terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Program Studi Pendidikan Tata Niaga

Hasil uji t menunjukkan jika variabel faktor internal (X_1) berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dikarenakan thitung sebesar 8,099 dihasilkan oleh faktor internal adapun nilai signifikansinya yakni $0,000 > 0,05$. Sedangkan koefisien regresi untuk variabel faktor internal (X_1) pada analisis regresi linear berganda sebesar 0,165 yang bernilai positif menunjukkan bahwa antar variabel faktor internal (X_1) dengan keputusan mahasiswa (Y) terdapat hubungan yang searah.

Pada penelitiannya Diwangkara (2015) memaparkan bahwa pada hasil penelitiannya terdapat 4 variabel meliputi variabel sosial, budaya, psikologis dan pribadi, mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih program studi.

Akan tetapi pada penelitian ini faktor internal dikelompokkan menjadi lebih spesifik dan memberikan pengaruh terhadap keputusan mahasiswa meliputi persepsi, motivasi, sikap, dan proses belajar, dikarenakan dorongan untuk menentukan pilihan tidak hanya berasal dari luar diri mahasiswa tetapi juga dari dalam diri mahasiswa.

2. Hubungan Faktor Eksternal (X_2) Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Program Studi Pendidikan Tata Niaga

Hasil uji t menunjukkan jika variabel faktor eksternal (X_2) berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dikarenakan hitung sebesar 6,577 dihasilkan oleh faktor eksternal, adapun nilai signifikansinya yakni $0,000 < 0,05$. Sedangkan koefisien regresi untuk variabel faktor eksternal (X_2) pada analisis regresi linier berganda sebesar 0,065 yang bernilai positif menunjukkan antar variabel faktor eksternal (X_2) dengan keputusan mahasiswa (Y) terdapat hubungan yang searah.

Yushli, dkk (2015) memaparkan dalam penelitiannya jika dalam analisis faktor terdapat beberapa variabel yang baik faktor tersebut meliputi faktor bauran pemasaran, kelompok acuan, citra lembaga, referensi, sosial dan biaya.

Seperti halnya penelitian diatas dalam penelitian ini sebelum mengambil keputusan maka calon mahasiswa akan mempertimbangkan faktor eksternal yang meliputi bauran pemasaran dan kelompok acuan. Oleh karena itu bauran pemasaran yang meliputi keluarga, kelompok referensi, kebudayaan citra lembaga, mampu mempengaruhi keputusan mahasiswa. Hal ini dikarenakan mahasiswa membutuhkan informasi, saran, serta pengaruh dari kelompok referensi.

3. Hubungan Faktor Internal (X_1) dan Faktor Eksternal (X_2) Terhadap Keputusan

Mahasiswa dalam Memilih Program Studi Pendidikan Tata Niaga

Pada penelitian ini adapun hasil dari analisis regresi linear berganda yang memperlihatkan jika dua variabel independen yang digunakan memiliki koefisien regresi yang berbeda. Akan tetapi uji F menghasilkan nilai F hitung sebesar 252,400 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sedangkan koefisien determinasi (R^2) angka yang diperoleh $0 \leq 0,745 \leq 1$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dependen berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa sebesar 0,745 atau 74,5% dan sisanya 25,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Setiadi (2003:11) memaparkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terdiri dari faktor internal dan faktor eksternal. Dari hasil diatas disimpulkan bahwa faktor internal dan faktor eksternal secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa. Adapun variabel yang sangat dominan mempengaruhi ialah faktor eksternal. Hal ini terjadi karena cara dan pemahaman mahasiswa dalam melakukan keputusan dipengaruhi oleh faktor dari dalam maupun dari luarnya.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Dari hasil penelitian serta pembahasan, disimpulkan bahwa:

1. Faktor internal berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa.
2. Faktor eksternal berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa.
3. Faktor internal dan faktor eksternal secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa.

Saran

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah pembelajaran bagi Fakultas Ekonomi umumnya dan khususnya pada Program Studi Pendidikan Tata Niaga dapat menjadi sebuah catatan dalam segi promosi kepada mahasiswa

baru melalui faktor – faktor yang telah diteliti agar kedepannya peminat pada Program Studi Pendidikan Tata Niaga dan Prodi lain di Fakultas Ekonomi akan semakin bertambah.

*Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Sebelas Maret Surakarta.
Vol.2,No.1*

DAFTAR PUSTAKA

- Diwangkara, Respati. 2015. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Program Studi Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Vol. 1*
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan dan Implementasi Dan Kontrol, Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, Christoper, Jochen Wirtz, dan Jacky Mussry. 2011. *Pemasaran Jasa. Alih bahasa oleh Dian Wulandari dan Devri Barnadi Putera.Jilid I*. Jakarta. Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat, dan Hamdani. 2004. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua, Salemba Empat : Jakarta.
- Mulyatini, Sri dkk. 2013. Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Memilih Program Studi.
- Swastha, B., dan H. Handoko. 2010. *Manajemen*
- Setiadi, Nugroho J. 2010. *Perilaku Konsumen, Cetakan keempat, Edisi revisi*. Jakarta: Kencana.
- Sugiono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, cv.
- Sumarwan, Ujang, 2003. *Perilaku Konsumen*. Bogor: PT. Ghalia Indonesia
- Suryani, Wan dan Ginting, Paham. 2013. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara Al Munawaroh Medan. *MODERNISASI*.Volume 9, Nomor 1.
- Yushli Ana, Sunarto dan Sudarno.2015. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Program Studi Pendidikan Ekonomi Fkip UNS (Studi Pada Angkatan 2014 Dan 2015). *Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas*